

## 3. コンテンツ

中国市場には日本のコンテンツに対するニーズがあるものの、規制や参入障壁により自由な普及が確保されておらず、また、海賊版や違法配信も引き続き問題となっている。国内産業の保護よりも、健全な競争市場と適正な著作権保護体制の構築こそが、中国コンテンツ産業のさらなる発展には効果的であり、外国企業や海外コンテンツに対する規制の緩和や参入障壁の撤廃が必要である。

### 成長を模索する中国のコンテンツ市場

中国のコンテンツ市場は世界有数の市場規模を持ち、2019年まで年々拡大してきたが2022年は前年に引き続き新型コロナウイルス感染症の影響を受ける状況となった。ショートムービーなど新たな分野が伸びる一方で、映画館やイベントの営業等が中止し、印刷物は減少しゲーム市場は利用制限強化等もあり伸び悩んだ。近年の市場概況は以下のとおり。

#### 映画

2022年、ミニ動画の普及や新型コロナの影響等の関係で、中国映画の市場は全体的に厳しい状況にあり、映画年間興行収入は、前年比36.4%減の300億6,700万元であった。そのうちの84.85%が中国産映画となり、輸入映画の興行収入は前年比37.8%減の45億5,600万元となり、2019年の230億9,100万元からは激減した状態が続いている。輸入映画は新型コロナの影響、中国国内の「新時代」を語る作品（注1）を好む風潮のもとで有力作品の公開延期が引き続き見られる状況の中、中国産映画はヒット作も多く公開され年間興行収入上位10作品のうち8作品を中国映画が占めた。なお、日本の同年の興行収入は前年比31.6%増（2019年比18.4%減）の2,131億1,100万円（邦画の売上比率68.8%）であった。

注1：中国の現代社会をテーマにした作品を指す。

#### 出版

国家新聞出版署が2021年12月に公表した2020年新聞出版産業分析報告によると、2020年の出版、印刷、発行サービス業（デジタル出版は含まない）全体の売上は前年比11.2%減の1兆6,776億3,000万元であった。2019年の図書出版部数は2.1%増の103億7,000万冊、定期刊行物出版部数は7.0%減の20億4,000万冊、デジタル出版の売上は8.2%増の17億9,000万元となった。全体として印刷発行部数の減少傾向が続く中、中国の特色ある社会主義思想や貧困脱却、新型コロナ対策の成果などの特定テーマを扱う書籍がミリオンセラー作品全体に占める割合は6.4%増加した。

#### 音楽

2020年の中国音楽産業の売上は前年比2.2%増の4,039億600万元であった。うち、デジタル音楽市場が710億元を占めている。かつて違法配信が流通していた市場に正規品が流通してきており、スマートフォンでの音楽アプリもサブスクリプション型のサービスを中心に成長している。主要な音楽配信アプリサービスとしては酷狗音楽、QQ音楽、酷我音楽、網易

雲音楽などが挙げられる。

#### ゲーム

中国ゲーム市場の2022年の売上は前年比10.3%減の2,658億8,400万元と推計された。ユーザー数は前年比0.3%減の6億6,400万人となり、近年の厳しい検閲規制、市場が飽和状態であることに加えヒット商品の減少、2021年8月に発表された未成年者のオンラインゲーム利用時間の制限強化等の影響も指摘される。売上の内訳は、モバイルゲームが14.4%減の1,930億5,800万元で全体の72.6%を占め、パソコン用オンラインゲームが4.4%増の613億7,300万元（全体の23.1%）、ブラウザゲームが12.4%減の52億8,000万元（全体の2%）などと続く。2020年は前年比44.2%増、2021年は2.7%増を記録したeスポーツゲーム市場は、2022年は16.0%減の1,178億200万元となった。また、中国産ゲームの中国外での2022年の売上は前年比3.7%減の173億4,600万ドルとなった。

#### オンライン動画

中国ネットワーク視聴節目服務協会の「2021中国ネットワーク視聴発展研究報告」によると、ネット動画配信市場はミニ動画（ショートムービー）、総合動画（ドラマ、映画、アニメなどのテレビ番組の配信を中心とする動画）、ネット生配信、OTT-TV/IP-TV（テレビをネットにつなぐことで、いつでも好きな時に、品揃えされている映画や番組を視聴できるサービス）、動画コンテンツ創作（動画配信の前に位置する、コンテンツ生産の段階のこと）、およびネットオーディオに分けられていて、それぞれの市場規模は以下の通りである。特に近年ミニ動画が急速に伸びている。

表：ネット動画配信市場の市場規模

下位区分の市場	2020年の市場規模	前年比成長率
ミニ動画	2,051億3,000万元	57.5%
総合動画	1,190億3,000万元	16.3%
ネット生配信	1,134億4,000万元	34.5%
OTT-TV/IP-TV	745億6,000万元	23.5%
動画コンテンツ創作	548億9,000万元	10.6%
ネットオーディオ	338億6,000万元	24.5%

出典：「2021中国ネットワーク視聴発展研究報告」

### 外国企業や海外コンテンツに対する過度な規制が存在

従前より以下のような規制や参入障壁があり、日本企業の投資機会の損失につながっている。

#### 映画

##### 映画館設立への外資規制

2004年より施行された「外商投資電影院暫定規定」により、外資が独資で映画館を設立すること、および院線（映画館チェーン管理組織）を設立することが禁止されている。また、合資・合弁会社設立の場合は、登記資本金において中方の投資割合が51%以上であることが要件となっており、期限も30年以内と定められている。一方で「外商投資ネガティブリスト」の2019年版において、映画館の建設・経営における中国側の過半数出資を求める規定が撤廃されており、「外商投資電影

院暫定規定」との矛盾が生じている。

## 輸入・配給に関する規制

国家電影局が映画に関する管理を行っており、日本映画は2012年7月以降2015年4月まで劇場公開されていなかった。日本映画については、合作映画を除くと2015年は2作品、2016年は11作品、2017年は9作品、2018年は15作品、2019年は23作品が上映されたが、新型コロナウイルス感染症の影響もあり2020年は11作品、2021年は10作品、2022年も8作品にとどまっている。

## 厳しい契約慣行

多くの米国映画は、配給元と海外映画輸入会社（中国電影集團公司、華夏電影發行有限責任公司の2社のみが認可されている）の間で「分率」契約（利益分配方式）が締結され、共同配給の扱いを受ける。一方、慣行により日本を含む他国の映画には「フラット」契約（版權買いきり方式）が適用されているが、近年、日本映画も、実質的に利益分配方式に近い内容で契約する事例も増えてきている。

## テレビ番組・ネット動画配信（アニメを含む）

### テレビ制作会社の外資参入禁止

2004年に公布された「中外合資・合作廣播電視節目制作經營企業管理暫定規定」により、外資との合資によるテレビ制作会社の設立が認められた。しかし、2009年に公布された「一部の廣播影視に関する規定と規範的文書の廃止に関する決定」により、テレビ制作会社の外資参入が再び禁止された。

### 海外映画・ドラマの放送時間に関する規制

海外映画・ドラマはゴールデンタイム（19時から22時の間）にテレビ放送することが禁止されている。22時以降の海外枠も米国の大型映画が中心で、日本コンテンツの放送は極めて少ない。また、各チャンネルで一日に放送する輸入ドラマは、その日同チャンネルで放送されるドラマの25%を超えてはならないという規制もあり、海外ドラマが普及しにくい。

近年は海外番組（ドラマ・バラエティ番組）を中国企業がフォーマット購入して中国版を製作するケースも多くあるが、広発[2013]68号「2014年のテレビ番組編成および登記業務の実行に関する通知」（強化版限禁令）により、このような海外フォーマット番組もゴールデンタイムに放送してはならず、新規番組の放送は1年間で1番組を超えないことと規定された。また、同通知の全文は当局のホームページ上で公開されていない。

### 海外映画・ドラマのインターネット上での配信に関する規制

近時、海外の正規版コンテンツを海外における公開と同時にまたは直後に中国国内のネットで公開することによって、非正規コンテンツのネット流通を防ぐ対策に一定の効果が認められているが、2014年9月に公布された「ネット上の海外映画・ドラマの管理について改めて審査審理することに関する規定」に基づく事前審査等の新規規制により正規版コンテンツの迅速な公開が妨げられることによって、非正規コンテンツの流通が再び増加に転じることが懸念される。このように、コンテンツの流通に対する当該規制は、中国国内企業が近年構築してきた海外企業との商流に水を差すものである。

## 海外アニメに対する輸入規制・国産アニメ産業の過度な保護

アニメのオンライン配信について、従来、プラットフォームの自主審査のみを通過すれば配信できたが、2021年4月から、海外アニメのオンライン配信について、当局による検閲制度が導入され、配信前に、当局による内容審査等を通し許可を取得しなければならなくなった。この検閲制度の導入は、日本アニメの中国進出に大きな影響を与えている。具体的には、海外のアニメ制作業者の対応負担の急増（3カ月前までにすべての動画サンプルの提出を求められるが、アニメの制作実情からすればかなり厳しい納期である。また、事前審査基準の不明確さと厳しさも現場に混乱をもたらしている。）、配信本数・ライセンス料の減少（検閲対応負担増により海外アニメの購入取引が中止したり、検閲通過できないおそれのあるアニメのライセンス料が従来の5分の1～10分の1にまで抑えられたりする事案が増えている。）、検閲対応に基づく原作改編による中国視聴者・ファンの評価低下、日中同時正規配信の減少による海賊版被害の拡大等が挙げられる。

海外アニメに関しても、17時から21時までのテレビ放送は禁止されている。国産アニメの放送枠は、アニメ放送枠全体の7割を下回ってはならないという規制（2008年「テレビアニメ放送管理強化に関する通知」）や、国産アニメを制作した機関はその制作数量と同じ分まで海外アニメを輸入できる（2004年「わが国のアニメ産業発展に関する若干意見」）等の国内産業優遇制度が存在する。また、輸入済みアニメの放送認可が益々厳しくなっている上に、新規に輸入を申請してもなかなか許可がおりない状況が続いている。実際に、日本アニメの新規テレビ放送は2007年以降2020年まで許可されておらず、2021年2月に「はたらく細胞」が新たに放映されたのみで他は再放送のみであった。一方、日本アニメへの視聴ニーズは高いため、CCTVでは劇場版アニメをアニメ枠ではなく映画枠で放送したり、独自審査権により放送したりすることで対応しているが、他のテレビ局では同様の対応は取り難い。

## 出版

出版業務への外資参入は「外商投資参入ネガティブリスト（2021年版）」において、依然として禁止されている。また外国書籍の輸入は許可を得た国有企業のみ可能であるが、中国図書進出口（集団）総会社が国内の輸入図書市場の60%以上を取り扱っている状況である。原版の輸入ではなく、中国版を出版する場合は、書籍、漫画は書号（書籍コード）を取得すれば出版できるが、近年は海外の漫画作品の出版許可に対する審査・批准が厳しくなっている。雑誌の出版には刊号（雑誌コード）の取得が必要だが、海外雑誌コンテンツへの単独での新規刊号の認可はおりない。そのため、すでに刊号を取得している中国国内の雑誌と提携し、コンテンツを提供する形で市場参入しかできない。

## 音楽

「外商投資参入ネガティブリスト（2021年版）」においては「映像製品および電子出版物の編集、出版、制作業務」が外商投資を禁止する項目として挙げられている。海外の音楽ソフトの輸入については国家新聞出版署（国家版權局）の審査・批

准が必要である。音楽配信においては、国家著作権局は2017年9月より国内外の音楽関連企業に対して、1社への独占的なライセンスを避けるよう推奨しており、また、2021年7月24日、国家市場監督管理総局は独占禁止を理由に、テンセントに音楽独占配信契約の解除を命令した。これを受け、音楽配信の独占的なライセンスは徐々に減っている状況である。消費者の利益保障、ネット音楽産業の健全な発展等にとっては望ましいものの、一方で、1社のみに対しライセンスを与えることはライセンシーの営業意欲が向上し、ライセンサーとライセンシーの双方にとってメリットがあるが、そのメリットを享受することができなくなる。

## ゲーム

ネットゲームの輸入の場合、新聞出版署のネットワーク出版サービス許可証を取得したインターネット出版サービスの資格を有する会社を通じて行う必要があり、外資系企業のみでの配信、課金活動は実質的に不可能である。ゲームの出版（発行）は国家新聞出版署（国家著作権局）の審査・批准を受ける必要がある。

2017年に456件が批准されていた外国製ゲームの認可件数は減少傾向にあり、2020年は97件、2021年は76件、2022年は44件が批准されたのにとどまっている。

## メディアミックス・各種イベントの開催

外資企業や海外コンテンツへの各方面の規制・参入障壁が原因で、有力コンテンツを核とした、（例えばコミック出版×テレビ放送など）メディアミックスやマーチャンダイジング、イベント、プロモーション等の実施に大きな制約がある。本来コンテンツビジネス発展のためのプースターには、こうした施策の連動が不可欠であるが、現状では各分野の規制などを背景にして、それぞれが個々の展開に終始してしまっているケースが目立ち、結果としてコンテンツビジネスの大きな成功事例へと育ちにくい状況になっている。こうした分野で経験を有する海外コンテンツの成功事例は、国内コンテンツ企業発展のためにも寄与していくはずである。

## 著作権保護体制や商標冒認出願・行政手続における懸念事項

2021年6月から施行された改正著作権法では、短編動画などインターネット上の新しいコンテンツにも対応する形で権利体系の整理を図るほか取引ルールの整備・権利保護の強化に関する規定が設けられた。特に権利保護に関しては、司法救済において損害賠償額に新たな規定が追加され、故意など情状が重大な場合における5倍以下の懲罰的損害賠償が導入されるとともに、法定賠償額上限も500万円に引き上げられるなど一定の強化が図られた点は評価する。ただし、著作権法改正案や商標冒認出願・行政手続に関しては、依然として以下のような懸念がある。

### 法定許諾の範囲についての懸念

ラジオ局・テレビ局による放送、新聞・刊行物掲載記事の転載につき無許諾利用（法定許諾）を認める条項については、改正著作権法においては「単なる事実の報道」に限るなど範囲を限定した点は評価できるものの、事実上著作者からの許諾がなく著作物を利用できることにつながる恐れは排除

できない。著作物の利用は、著作権者との利用にかかわる協議を前提として、無許諾利用は原則排除すべきである。

### 著作権登録制度についての懸念

改正著作権法第12条では、著作物に署名した者を著作者とする旨の推定規則を示しつつ、著作権登録も実務上基礎的な証拠として扱われ、同条で登録制度は著作権を確定する上で著作者の推定規則と両輪を成すものとして位置付けられている。現状では登録権利の取り消し手続が未整備であり、著作権を冒認登録された場合に権利が守れない懸念がある。中国の著作権登録制度への理解、登録への意識が十分ではないことが多い海外企業の有するコンテンツにかかる著作権については特にこの危険性が高く、現行制度でも人気アニメのキャラクター等を始め日本の多くの著作権が冒認登録されている。

### 著作権集団管理組織に関する懸念

著作権集団管理組織について、主として音楽著作権に関して収入・配分情報等の不透明性に対する懸念が大きいところであるが、改正著作権法第8条によって、著作権集団管理組織制度が今後、強化、拡充されると思われるが、本改正法の実施により多くの権利者に対して情報公開が進むことを期待したい。その他、1つの分野で1つの著作権集団管理組織しか設立できない法制度になっていて、各組織の独占状態が許容されている状況があるが、著作権者の適切な選択権を確保するためにも今後の規制緩和が期待される。また、著作権集団管理組織に著作権の管理を委託しない権利者がそのことによる不利益が生じないよう、著作権者の権利が十分に尊重されるよう配慮が必要である。

### 商標冒認出願に関する懸念

漫画やアニメの登場人物やタイトル等の商標冒認出願は依然として多発している。冒認出願には、登場人物キャラクター名・作品名等の変更を余儀なくされたり、冒認出願者から逆に権利行使されたりする等、中国におけるコンテンツビジネス展開に大きな支障をきたすリスクがある。

### その他の懸念

- ・ 技術的保護手段回避が可能な要件が法定されることで、海賊版を助長する懸念がある。積極的な回避や改変行為を禁止する等の回避禁止規制にとどまるべきである。

### 行政手続の簡素化・迅速化

- ・ 映画、アニメ、ドラマ、出版物への事前内容審査・検閲が存在し、規制基準も不透明である。
- ・ 中国では、コンテンツソフトの制作から流通まで全てのプロセスに規制が存在し、複数の官庁が二重三重に規制に関わっている状況も生じており、手続に時間を要する。

## 非正規コンテンツの市場からの排除

中国では、あらゆる分野に非正規版が存在している。映画・アニメなどの映像についてはネットへの無許可・違法配信、漫画など書籍については海賊版およびネット海賊版、音楽については海賊版CDおよび無許可・違法配信、ゲームについては海賊版およびネットへの無許可・違法配信、キャラクター商品については模倣品および非正規ルートの販売などがある。

## 行政取り締まりの問題

商標権侵害と比べると、コンテンツの著作権侵害を理由とする行政取り締まりのハードルは高く、多くの著作権侵害の行政取り締まりにおいて、鑑定機構による侵害鑑定書の提出が求められ、権利者の権利行使の負担が増えるほか、適時に海賊版を差し止められないという問題が発生している。

## インターネットでの無許可・違法動画配信問題

2022年6月時点の中国のインターネットユーザーは2021年12月より1,919万人増の約10億5,100万人、そのうち99.6%のユーザーが携帯端末によるインターネットを利用している。版權元にとって、インターネットでの無許可・違法動画配信問題は中国市場において常に大きなリスクである。近年主力動画サイトが日本の人気作品の正規版配信を積極的に展開するなど、一部で版權に関する意識が高まってきたことは、市場の健全な発展のためにも非常に好ましい。他方で、昨今、海外アニメのオンライン配信の事前検閲制度の導入等、海外映像コンテンツに対する政府規制が強化される動きがみられ、海賊版被害の拡大・市場健全化の流れに水を差すことが大いに懸念される。

## 産業発展や人材の創造性育成への障害

模倣品・海賊版の横行により、版權元が本来得べき利益を享受できていない。事業者の利益の保護や健全な市場競争こそが、事業者の創造性の育成や産業の発展につながる。また、非正規コンテンツへの対応・対策は事業者に負担を課すのみでなく、行政機関や国民にとっても社会的費用となる。改正著作権法では著作権侵害に対する罰則強化等、権利保護強化に関する規定が導入されている点は評価したい。また、さらなる運用の強化を期待したい。

### <建議>

#### ① 外国企業・海外コンテンツに対する規制の緩和・参入障壁の撤廃

中国コンテンツ産業の発展は国内企業の保護ではなく、健全な競争による国内企業・人材の育成が鍵である。また、市場ニーズがあるにもかかわらず海外正規版の市場参入が制限されれば、政府の事前審査や検閲を通過していない模倣品や海賊版のコンテンツが市場に蔓延する結果に繋がる。そこで、以下を要望する。

- ・外国企業や海外コンテンツの輸入・制作・流通・販売等に対する各種規制や参入障壁を取り除くようにしていただきたい。
- ・外資企業でも、インターネットでの音楽配信サービス等を運営できるようにしていただきたい。
- ・アニメのインターネット配信の事前審査規制を緩和していただきたい。審査の際に動画サンプル全話提出が不要、審査基準の緩和・明確化、審査の迅速化等をしていただきたい。
- ・海外市場との文化交流の促進や国内ゲーム市場のいっそうの発展のために、輸入ゲームの迅速な審査と版号の付与ならびに、より積極的に海外優良

ゲームコンテンツの認可推進と関連政策の検討を要望する。

#### ② 著作権保護体制の整備・促進、行政手続の簡素化・迅速化、商標冒認出願の対応強化

中国コンテンツ産業の発展には、規制緩和とともに、著作権者の権利のさらなる強化が必要である。そこで、「著作権法」、行政手続および商標の冒認出願に関して、以下を国家版權局、国家知識産權局に要望する。

- ・著作権の冒認登録が行われた場合に、登録を無効なものとする手続を整備する。
- ・著作権集団管理組織の収入・配分情報、実態、権限等に関して情報公開を進める。また、著作権集団管理組織制度においては、著作権者の権利が十分に尊重されるよう配慮し、競争原理を導入し、1つの分野で1つの著作権集団管理組織しか設立できないという制限を取り除く。
- ・コンテンツに関する事前内容審査・検閲の規制基準を明確化する。
- ・コンテンツ分野における行政手続の簡素化や迅速化を進める。
- ・漫画やアニメの登場人物やタイトル等の商標冒認出願の審査を強化する。冒認出願である場合、適切にその出願を拒絶する。さらに、冒認出願に関する情報提供制度を整備する（情報提供の窓口や手続の明確化等）。（「第2部第6章知的財産権」を併せて参照。）

#### ③ 非正規コンテンツの市場からの排除

正規事業者の利益を保護し、中国のコンテンツ産業のさらなる発展を促進するためにも、以下を要望する。

- ・コンテンツの著作権侵害を理由とする行政取り締まりを強化し、鑑定機構による侵害鑑定が不要とする等、取り締まりのハードルを下げる
- ・インターネットを介した海賊版や無許可コンテンツの配信・ダウンロードサイトの管理監督を強化する。
- ・著作権に関する紛争が多く、当事者、行政、司法、社会にとって負担となっている状況を改善するため、著作権保護に関する普及啓発等を実施する。

#### ④ バランスの取れたコンテンツ産業の育成

- ・中国は米国と並ぶ大市場だが、モバイルゲームがほとんどで、コンソールゲーム分野での各種人材、製作ノウハウなどの蓄積に乏しい。産業のバランスの取れた発展と成長を目指すうえで、コンソールゲームの発展を主眼においた政策インセンティブや特別な支援策の検討と推進を要望する。
- ・コンテンツ産業全般の育成を図るため、中国国内市場における過度な規制を緩和し、新規に許認可制度や制限を導入する際には業界意見等を十分に考慮し慎重に実施されることを要望する。